

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación  
y de la Comunicación Social

Ciclo de Licenciatura en Periodismo

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

# CLARÍN / CRÍTICA DE ARGENTINA

# Comparación de las versiones digitales de ambos medios para determinar su forma de evolución como medio emergente del siglo XXI



**Cátedra:** Prof. Lic Erica Walter- Prof. Leonardo Cozza

Buenos Aires, 3 de abril de 2009  
E-mail: josemariacosta82@gmail.com  
Teléfono: 1555614744



## ABSTRACT

Bajo la hipótesis de que el paso al medio digital de la prensa escrita se realiza por diferentes vías y depende de cada diario la forma en que lleve adelante esta adaptación y la forma de resignificación de su contenido, el presente trabajo analiza cómo se incorporaron a la ciberespacio Clarín y Crítica de la Argentina.

En la primera parte, se analizan, por separado, los tres factores que determinan los cambios: Factor Tecnológico/Factor Organizativo/Factor Social, donde se presta un mayor énfasis en las modificaciones organizativas internas que se vivieron dentro de las redacciones con la incorporación de nuevas "especies", como ser diseñadores gráficos, editores web, etc.

En la segunda parte, analizamos la llegada, evolución y situación actual de ambos medios en el entorno digital. Repasamos cómo Clarín, llegó al lugar donde se encuentra en la actualidad y los primeros nueve meses de su Redacción Integrada. En el caso de Crítica Digital, repasamos el primer año de vida de este medio que nació al unísono en papel y digital, los cambios estructurales y el lugar que ocupa la web dentro de un medio cuyo *slogan* es "el último diario en papel".

En la tercera parte se plantea las conclusiones, donde se comparan ocho puntos que marcan las diferencias o semejanzas de los portales de ambos medios, que se presentan opuestos desde lo ideológico. Para cerrar, se presenta una reseña o sinopsis de cada medio digital, su realidad actual y hacia donde se dirige cada uno.

**Palabras Claves:** Diarios Digitales – Ciberperiodistas – Redacción Integrada – Clarín.com – Crítica Digital



## **AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS**

El presente trabajo es el fruto de la ayuda y apoyo invaluable de muchas personas, pero no quiero dejar de resaltar aquellos profesionales que con gran humildad y completo altruismo compartieron conmigo sus conocimientos y me brindaron palabras de aliento que todavía hoy siguen resonando en mi cabeza.

Primero quiero agradecerle al doctor Ramón Salaverría, que en medio de sus vacaciones se tomó la molestia de recibirme en su despacho de la Universidad de Navarra y compartir una extensa charla.

De igual manera quiero reconocer al doctor Jesús Canga Larequi, que me brindó una entrevista telefónica y me habló desde la mayor sinceridad y simpleza. Agradezco también, al licenciado José Antonio Fernández Vegues por cederme las instalaciones de Radio Nacional de España para poder grabar la entrevista al doctor Canga Larequi.

También quiero agradecer a Nerina Sturgeón, jefa de editores de Crítica Digital, quien a pesar de ser reacia a las entrevistas, me concedió una muy rica y sincera la que me permitió ver y sentir “desde adentro” la cocina de Crítica de la Argentina y Crítica Digital.

Marcos Foglia, Darío D’atri y Marcelo Franco, de Clarín.com y Clarín Global, va para ellos también mi agradecimiento por dejarme conocer, un poquito cómo es el “gran diario argentino” y hacia donde apunta en la Era Digital.



No puedo dejar de agradecer a todos los docentes de la Universidad del Salvador a quienes volví loco durante el proceso del armado del proyecto de tesis y la confección de la misma, en especial al magister Santiago Marino, licenciada Érica Walter, Claudio Veloso y al licenciado Edgar Zavala.

Un párrafo aparte merece el licenciado Máximo Paz, mi tutor, quien supo canalizar las ganas y expectativas que tenía para el presente trabajo, además de guiarme al momento de elegir por qué camino recorrer el proceso de escritura de mi primer tesina.

No puedo terminar los agradecimientos sin referirme a mis compañeros de clases que siempre me alentaron y brindaron su tiempo y apoyo durante este proceso. Gracias, Daniela, Sebastián, Sonia, Sofía, Ariel, Nicolás y todos aquellos que de una forma u otra aportaron su granito de arena para este trabajo.

Para terminar quiero dedicarle esta tesina a mi familia, amigos y compañeros tanto de trabajo, como de la facultad, quienes fueron, son y serán, impulsores y motores de mis logros.

¡Gracias a todos!

José María Costa



## ÍNDICE

➡	<b>Introducción .....</b>	<b>06</b>
➡	<b>Primera Parte – Marco Teórico</b>	
➡	Capítulo 1: Factores Tecnológicos .....	17
➡	Capítulo 2: Factores Organizativos .....	30
➡	Capítulo 3: Factores Sociales .....	41
➡	<b>Segunda Parte – Clarín / Crítica</b>	
➡	Capítulo 4: Clarín .....	54
➡	Capítulo 5: Crítica Digital .....	78
➡	<b>Tercera Parte - Conclusiones</b>	
➡	Capítulo 6: ¿Son o parecen? .....	96
	➡ Clarín .....	109
	➡ Crítica .....	111
➡	<b>Bibliografía .....</b>	<b>117</b>
➡	<b>Apéndice</b>	
➡	Entrevista doctor Jesús Canga Larequi .....	I
➡	Entrevista doctor Ramón Salaverría .....	VI
➡	Entrevista Nerina Sturgeon .....	XVII
➡	<b>Reseña</b>	
➡	<b>Anexo</b>	
➡	Clarín: Redacción Integrada & Periodismo Multiplataforma	
➡	Un caso de convergencia – Clarín / Clarín.com	



## INTRODUCCIÓN:

Internet es, sin lugar a dudas, uno de los grandes descubrimientos de fines del siglo XX y el más importante en lo que va del siglo XXI. Llegó para modificar cada una de las formas de producción y acumulación de riqueza, de manera tal, que hoy en día, sería muy difícil mantener los niveles de interacción y comunicación sin la existencia de la web.

Su injerencia no se limita a los medios de comunicación, sino que, atraviesa toda una serie de *Industrias Culturales* (Benjamín, 1982) que vieron modificadas, de forma drástica, sus prácticas habituales, que en muchos casos llevaban siglos desempeñándose de la misma manera. Por citar un ejemplo, podemos tomar a las cartas y el sistema de correo tradicional, que con la llegada del *e-mail* cambio su forma de distribución y su función social.

Desde sus orígenes, Internet tomó un lugar importante en materia comunicativa con el fin primario de crear aquella "red de comando y control enlazada de ciudad a ciudad"<sup>1</sup> que la Guerra Fría imponía a los Estados Unidos. Esta irrupción con fines bélicos no representó una limitación para la Red que con los años trascendió esta barrera para invadir a toda la humanidad.

Sus avances y reconocimiento llegaron casi al instante que se supo, en 1964, de la existencia de esta nueva forma de interacción que existía entre los hombres, lo que produjo la mutación del fin primero,

---

<sup>1</sup> María Ecurra y Máximo Paz, "Módulo I: Antecedentes y Conceptos Básicos de Internet", Cátedra de Ciencia y Tecnología, Universidad del Salvador, Buenos Aires, 2004, p.3



por uno más abarcativo y global que, con el tiempo, tuvo aplicaciones en todos los ámbitos.

La masivización de Internet tuvo lugar recién promediando los años '90 cuando los medios de comunicación, como *Industria Cultural* y en la búsqueda de formas alternativas de difundir información, posaron su mirada en este nuevo espacio para transmitir y vender sus productos.

Desde la aparición del primer portal web de un diario (*The Chicago Tribune*) en 1992, hasta las versiones 2.0 de los periódicos de todo el mundo, transcurrieron 17 años, en los cuales los cambios producidos resultarían importantes y visibles.

¿Pero ... qué cambió?. Cambiaron los elementos que integran el proceso comunicativo. El receptor dejó ser audiencia y pasó a ser usuario<sup>2</sup>; cambió el lenguaje de lineal a hipertextual<sup>3</sup> y también, el rol del periodista se vio trastocado ante este nuevo medio que le arrebató su lugar de intermediador.<sup>4</sup>

Estas modificaciones poco a poco se percibieron puertas adentro de los medios masivos de comunicación. Así fue como la fauna que habitaba una redacción se vio invadida por nuevas especies, hasta ese momento desconocidas, pero que en una década ya serían parte vital de las redacciones de aquellos medios que quieren estar a la vanguardia en lo que respecta a formas de transmisión de información..

<sup>2</sup> José Luis Orihuela, "De Maguncia a Telépolis: Claves de la enésima revolución mediática y pasaje para la próxima", *saladeprensa*, Enero de 2003, Año IV, Vol. 2, art. 51. Disponible en Internet en: <http://www.saladeprensa.org>. Consultado el 9 de mayo de 2008.

<sup>3</sup> Ídem 2

<sup>4</sup> Ídem 2



Un Web Master, un Diseñador Gráfico, un Editor de audio y/o video; fueron algunas de las especies que comenzaron a poblar los ecosistemas periodísticos donde cada vez se ve menos cantidad de papelitos sueltos y, es casi imposible observar una linotipo o una máquina de escribir. La nueva “microselva” de un periódico de papel y su versión digital esta orientando el producto periodístico hacia una nueva manera de hacer y contar las noticias.

El rol del diario digital comenzó a cubrir una nueva necesidad de los usuarios que buscan tener en una pequeña fracción de tiempo toda la información que desee. La cantidad y profundidad de las noticias paso a ser infinita. Esta premisa fue planteada por Jeff Jarvis, uno de los *bloggers* con más trayectoria en el ciber espacio, quien afirmo: “Da a la gente el control de tu medio, lo utilizará; no se lo des, te lo quitará”.<sup>5</sup>

La frase célebre “ocurren tantas noticias como para llenar las 64 páginas del New York Times” se ve obsoleta e inapropiada para un medio cuyo campo o espacio de navegación es infinito.

Hoy las empresas de la prensa diaria se aventuran en un nuevo medio que permite concebir publicaciones audiovisuales y, potencialmente, interactivas. Las actualizaciones permanentes de noticias, los foros, las áreas de *chat*, las encuestas periódicas, los servicios de archivo, el acceso a grabaciones de audio y video o la participación de los lectores en entrevistas a través de la Red, son algunas de las nuevas formulas que ensayan día a día las editoras.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Jean – Francois Fogel y Bruno Patiño, *La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*, Punto de lectura, Madrid, Punto de lectura, 2007, p. 166.

<sup>6</sup> Luis Alberto Albornoz, *Periodismo Digital – Los grandes diarios en la Red*, Buenos Aires, La Crujía, 2007, p. 26.





Para "triunfar" en este nuevo medio no alcanza con escribir una buena nota o saber entrevistar o narrar, ya que en gran medida el rol de intermediador del periodista desaparece y el pasaje de la periodicidad (característica de los medios gráficos sobre todo) al tiempo real acentúa este cambio, así explicado por el Doctor en Ciencias de la Información, José Luis Orihuela<sup>7</sup>, quién además afirma: *"la digitalización, al fusionar en un mismo soporte todos los códigos genera un nuevo lenguaje, introduce la interactividad y abre las puertas de una nueva gramática: la hipertextualidad."*<sup>8</sup>

Bajo estos pensamientos es que éste trabajo se planteó un marco multidireccional donde estén presentes las cuestiones tecnológicas, organizativas y sociales del desarrollo de los medios digitales. Para ello, se tuvo en cuenta estudios anteriores clásicos y recientes sobre la construcción de las noticias, las innovaciones tecnológicas, los factores económicos nacionales y regionales que influyen en el proceso de adaptación y/o puesta en marcha de un medio digital, todo ellos desde una perspectiva integradora y de interrelación.

Esta unión de los medios es lo que da origen a un planteo central del siglo XXI, la idea de convergencia, entendida en las dos acepciones que reconoció en 1997 la Comisión Europea de Telecomunicaciones<sup>9</sup> y que resulta central para el estudio planteado ya que, mientras la definición que dice: "Es la capacidad de distintas plataformas de red de transportar tipos de servicios esencialmente similares" y se refiere a las

<sup>7</sup> José Luis Orihuela, "De Maguncia a Telépolis: Claves de la enésima revolución mediática y pasaje para la próxima", *saladeprensa*, Enero de 2003, Año IV, Vol. 2, art. 51. Disponible en Internet en: <http://www.saladeprensa.org>. Consultado el 9 de mayo de 2008.

<sup>8</sup> Idem 7

<sup>9</sup> Unión Europea, resolución A4-0328/1998, Libro Verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación, Bruselas, boletín oficial Parlamento Europeo, 22 de octubre de 1998



innovación tecnológica, es complementaria de la segunda que la presenta como: "La aproximación de dispositivos de consumo tales como el teléfono, la TV y el ordenador personal" y que pone la mirada sobre los nuevos dispositivos.

Esta convergencia resultaría esencial para entender la integración de las redacciones digitales e impresas, que simboliza el nacimiento de una nueva forma de hacer y pensar tanto el rol de los medios, como así también la labor del periodística y la finalidad de las noticias.

El enfoque de esta tesina se basó en el desarrollo paralelo e interdependiente entre los factores tecnológicos, organizativos y sociales tendiendo en cuenta 3 etapas de la Era Digital:

1. Llegada a la *web* de los periódicos (1992-1995)
2. Adaptación al nuevo medio y crecimiento exponencial(1995-2005)
3. Incorporación de las herramientas de la *web 2.0* (2005-2008)

**En la primera etapa**, The Chicago Tribune fue el precursor al lanzar su diario digital en 1992, poniendo *on line* la totalidad de su versión impresa. El segundo el San José Mercury Center, en 1993, que incluyó herramientas interactivas como el correo electrónico para comunicarse con los periodistas, anuncios clasificados y otros servicios complementarios de información que lo convirtieron en el paradigma de la edición electrónica de información en línea.

No habían pasado ni 24 meses de la irrupción de la versión digital del *The Chicago Tribune* y ya los diarios *The New York Times*, *The Washington Post*, *Los Angeles Times*, *Newsday*, *USA Today* y *The*



*Examiner* ofrecían su versiones por Internet al tiempo que empresas de televisión como *CNN* y *ABC* empezaban a unirse a los diversos servicios de noticias de otras empresas independientes.

Europa y América Latina observó el fenómeno norteamericano y comenzó a transitar por el "nuevo medio", pero a un ritmo más lento, debido a diversos factores que incluyen, capacidades tecnológicas y económicas, desconocimiento de las herramientas cibernéticas, cultura social sobre el uso de las computadoras y de Internet, por citar algunos.

En Argentina el primer diario en tener su versión digital fue el mendocino *Andes* que desembarcó en la Red a mediados de 1995. Luego le siguió uno de los diarios más antiguos y tradicionales del país, como es el caso de *La Nación* y en 1996 llegó *Clarín*, "el gran diario argentino".

**La segunda etapa** fue la adaptación al nuevo medio y crecimiento exponencial, sobre la cual reflexionó el lingüista y escritor José Antonio Millán, que en el año 2001 escribía:

...es muy posible que semejante explosión no haya estado guiada ni por el conocimiento del nuevo medio, ni por la existencia de una estrategia clara con respecto a él, sino más bien por un efecto general de copia y emulación el vecino, amparado por fórmulas difusas del estilo 'eso es el futuro', 'sin duda hay que estar ahí'... La realidad es que en la época de expansión de los negocios basados en la Red (época que, al menos en la forma que tomó los últimos años, podemos dar por cerrada), muchos medios intentaron crear una empresa *puntocom* que eventualmente pudiera salir a Bolsa o convertirse en una fuente de negocio paralelo. En la fiebre de las salidas a Bolsa y las valoraciones consiguientes, no fue extraño que la versión digital de un periódico fuera valorada más que la empresa en papel, icuando la primera se nutría directamente de la segunda!.



**La tercera etapa**, y todavía en plena expansión, plantea grandes cambios en la labor periodística y la forma de relacionarse con los lectores, la gran revolución la plantea la llegada de la *Web 2.0*. Este término fue popularizado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación de sitios *web* basados en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, *los blogs*, *los wikis* o *las folcsonomías*, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

Para el 2007, el doctor en Ciencias de la Comunicación Xavi Ribes, definió a la *web 2.0* como: "todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente), bien en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultáneamente."

Esta segunda generación puso en estado de alerta a los medios tradicionales, sobre todo a la prensa gráfica, que vio en este avance la baja de sus ventas, ya que los usuarios comenzaban a tomar el control y a participar activamente en la producción y difusión de las noticias.

Pero no todos los investigadores tienen esta mirada apocalíptica, sino que, como plantea la licenciada Concha Edo: " Es importante destacar que la Red no sólo no va a acabar con el periodismo sino que, por la cantidad de información que brinda, hace imprescindible un trabajo de documentación, selección y tratamiento de la actualidad que nadie sabe hacer como un periodista."<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Concha Edo, *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*, Sevilla, Comunicación Social, 2002, p.51